

贸易战升级 木业行业应避免低端竞争

■ 本报记者 周春雨

除了已经遭遇的“332”“337”调查，木质复合地板、胶合板“双反”调查，地板锁扣专利调查之外，今年以来，最为恶劣和牵涉面最广的是美“301调查”涉林产品征税及相关事宜。

贸易战中切忌自乱阵脚

“贸易战最怕的是自乱阵脚，自己抄自己的后路。”生活家地板总经理助理丁明豪表示，自中美贸易战以来，一些地板企业谋划去越南、柬埔寨等劳动力成本低廉的国家建厂，从单个企业生存发展的角度讲，这种做法无可厚非。但从整个中国地板行业的角度看，可能并不是很好的选择。这是因为，一方面这种做法并没有扩大地板市场的需求，只是换一个成本更低的地方来抢国内企业的订单，等于自己打自己。另一方面，这种做法只是想维持低成本竞争力，延续的是低端竞争的思路，不利于地板企业的转型升级。

在丁明豪看来，中国是全球最

大的地板生产国和出口国，在短时间内新建工厂并完全替代中国产能，没有任何可能性。

丁明豪认为，应对贸易战的积极做法是，提高中国企业的品牌竞争力和标准竞争力。目前，生活家地板已经在意大利米兰等地建立了3个全球研发中心，除了对流行趋势和产品的研发外，还参与制定了地板行业的多项国家标准和国际标准，是仿古木地板国家标准的唯一负责起草单位。要提高中国地板企业的世界市场的影响力和话语权，就必须占领标准建设的制高点，拥有在标准领域的主导权。

在贸易战中寻找机遇

“贸易战不仅仅是一场‘战争’。”江苏贝尔装饰材料有限公司总经理林海堤表示，随着贸易战的升级，地板企业被迫从战略上去思考企业的顶层设计究竟是什么，是客户、销量、市场占有率，还是利润。只有想清楚了，才能明确下一步该做什么。林海堤认为，应对贸易战的积

极作法，不是简单地将工厂搬到东南亚或是其他国家，解决产品的制造环节问题。这是因为到任何一个地方投资，中企都需要适应当地文化、法律法规和国家政策等。不可否认，从长远来看，走出去和引进来是发展趋势。随着商业环境以及贸易政策的变化，越来越多的企业开始选择多区域甚至跨国生产，让客户更信任企业的实力，同时也降低企业产能过度集中的风险。

在林海堤看来，着眼于长远发展，企业更需要关注前端的销售，也就是在客户所在的市场设立销售办事处，走到离消费者更近的地方，减少从工厂到消费者中间的诸多环节。尽管美国是非常重要的市场，但贸易战倒逼企业加快开拓其他市场，并通过海外市场促使企业保持竞争力。

细分国际市场

“鉴于国际市场的现状，地板企业应提升产品设计创新能力，专注纵

向产业链延伸。”吉林敦化森泰木业有限责任公司总经理路清勤表示，目前，出口型地板企业过度关注产值、产量及销售收入的增长，但并没有实现对某一品类或在某一市场形成市场控制并拥有的目的。反之，因过度以量占有市场份额而忽视了产品升级、弱化了技术创新，往往导致低端低价值类产品供大于求。

“现阶段，许多国际品牌都在挤压中国出口企业的各品类销售渠道。”路清勤认为，面对贸易战升级，细分国际市场将是企业品牌化战略的有效途径。

路清勤提醒说，细分国际市场渠道，仍要维持传统合作。此外，从某一品类及某一市场（目前，低端市场已严重饱和，但中、高端市场仍有开发潜力）为切入点，培育终端消费者认可的产品，并逐步摆脱国外品牌控制的国际市场渠道。他认为，无论是否发生贸易战，减量、提升产品设计层级，专注纵向产业链延伸是应对挑战化“危”为“机”的有效方法。

市场前沿

我国测绘地理增添科技含量



本报讯 近日，中国测绘学会与原国家测绘地理信息局测绘发展研究中心联合发布了《中国测绘地理信息科技创新与产业发展研究报告》。报告显示，我国测绘地理信息高新技术企业科技进步贡献率已达到60%以上。

根据报告，2015年和2016年，我国测绘地理信息高新技术企业科技进步贡献率分别达到66.82%和62.46%；2016年和2017年，测绘资质单位科技进步贡献率分别为49.37%和46.77%。

近年来，测绘地理信息类专利申请量和授权量，占我国专利申请总量和授权总量的比例均出现大幅增加。截至2017年12月31日，申请测绘地理信息类专利为6251项，拥有测绘地理信息类专利授权3008项。

“测绘资质单位更加重视以专利为代表的科技创新产出，也更加重视科技成果转化工作。”中国测绘学会理事长宋超智表示，自2000年以来，共有56个测绘地理信息类项目获得国家科技进步奖励，1221个项目获得中国测绘科技进步奖。这些测绘地理信息类科技创新成果在经济建设、社会发展和国防建设中发挥着越来越重要的作用。

(徐红)

智慧零售须让体验更优

本报讯 近日，以“新观察”“新探索”“新应用”为主题的亚洲首届智慧零售高峰论坛在上海举行，其间发布了《亚洲首届智慧零售高峰论坛白皮书》。

上海财经大学党委副书记陈宏表示，当前5G网络、物联网、人工智能、大数据等新兴技术正在一点点改变零售产业的发展与布局。在我国经济发展方式转变、供给侧结构性改革进一步深化的大背景下，技术进步和消费升级正驱动全行业变革，零售业正处在从电商迅猛崛起的3.0时代向智慧零售4.0时代跨越转型升级的重大窗口期。

“从技术赋能零售行业出发，腾讯云在现代生活和商业中的实际应用都体现了以人为中心的云技术如何帮助传统零售转型升级。”腾讯云副总裁王祥宇表示，利用云计算技术可以构建用户标签体系、描绘用户画像等大数据信息，以此实现智慧零售的精准服务，最终的目标是要让数据价值演变成消费者的良好体验。

“现阶段‘互联网+’和各种商业的融合正处于眼球经济和粉丝经济的高峰期，传统咖啡店智慧升级要强调‘参与+社交+体验’的同步转型。”猫屎咖啡创始人廖黎表示，在销售过程中要增加“互动”和“玩”的兴趣点，强调消费者体验，实现粉丝变现，进而打通线上线下流量，实现盈利。

(杨阳腾)

世贸组织发布报告

数字化科技将从根本上改变贸易方式

■ 张婧昊



易中的份额可能会从今天的46%增长到57%。”

除上述影响外，报告还强调了贸易结构的潜在变化。报告指出，数字技术可促进服务贸易，并出现新型服务。报告预测，到2030年服务贸易份额或将从21%增长至25%。然而，这也引发了重要的政策问题。面对如何确保制定出正确的政策来利用这次革命提供的机会并应对挑战，阿泽维多说：“这些是非常重要的问题，值得我们密切关注。这些技术正变得无处不在，它们越来越多地塑造经济的每一个要素和我们生活的每一个方面。我们不能简单地将我们的未来置于机会之中或仅仅信任市场力量，我们有责任让这场技术革命为每个人服务，所以我们不能回避这场辩论，尤其是因为它与贸易和全球化这一更广泛辩论有关。当前，全球贸易面临挑战，紧张局势正在加剧，持续升级可能会对经济产生重大影响，因而需要紧急回应，整个国际社会都有责任帮助解决所有这些问题。”

此外，报告还指出，随着技术的进步，新的就业机会将随之创造出来，人们需要应对这些加速的结构变化。当前，世界正在进入一个新的经济时代，需要新思维，如何作出正确的回应是世界各国政府面临的决定性问题。

世贸组织每年发布的世界贸易报告旨在关注全球贸易政策新趋势，阐明贸易体系如何发展，从而为各相关方辩论和审议提供信息。今年的报告发布于世界贸易组织2018公共论坛期间，该论坛于当地时间10月2日至4日在日内瓦举行，以“贸易2030”为主题，聚焦未来如何实现可持续的、由技术推动的贸易发展和构建更加包容的国际贸易体制。

日前，世界贸易组织在日内瓦总部发布《2018世界贸易报告》。报告指出，人工智能、物联网、3D打印、区块链及其他技术突破将会从根本上改变贸易方式与结构，在降低生产成本提高效益的同时也是一把双刃剑，需要国际社会做出正确应对和规划。

《2018世界贸易报告》的主题为数字技术如何改变全球商业及其带来的机遇和挑战，重点为物联网、人工智能、3D打印和区块链等互联网技术。

世界贸易组织总干事阿泽维多出席发布会并在致辞中表示，贸易和技术密切相关，技术塑造了贸易方式。如今，我们正经历着前所未有的技术变革时代。他说：“有人称之为第四次工业革命，也有人将其

称作新工业革命，甚至是新数字革命，但共同的主题很明确——这是一场革命。这些技术正在重塑我们眼前的经济，这些都是结构性的变化。”

阿泽维多以报告中所涉及的区块链为例，具体指出技术如何与交易实践相互作用以及可能带来的影响。阿泽维多说：“区块链能够帮助小型企业在交易中与世界各地的合作伙伴建立信任，提高供应链透明度，加速贸易业务的数字化并实现合同交易的自动化。通过这种方式，企业可以明显降低成本并增加收入。研究预测，到2030年，区块链的收益可以在全球范围内带来3万亿美元的价值。”

阿泽维多还表示，人工智能和物联网也有大量的潜在应用。它们

将为贸易商带来显著的效率，例如这些技术能够帮助公司跟踪供应链中的产品并优化路线规划。同样，3D打印也在改变着人们购买产品的性质。人们所买的不是成品而是使产品重现所需的代码，通过赋予每个人生产商品的能力来实现制造业的自主化，这有利于降低小型公司及创业者门槛。阿泽维多说，报告显示，这些变化将带来巨大的影响：“报告预计，通过削减贸易成本，这些技术可以在2030年前将全球贸易逐年提高2个百分点，这相当于15年间增长31%至34%。报告还表明，由于技术推动使得贸易成本降低对小型企业和发展中国家的企业尤为有利，但与以往一样，这取决于适当的补充政策。如果照此发展，到2030年发展中国家在全球贸

投资非洲：高扬合作风帆 共享发展机遇

■ 本报记者 钱颜

日前，以“非洲的魅力和中国企业的发展机遇”为主题的中国国际商会企业全球化发展大讲坛第二期在京举办。中国驻南非、津巴布韦前大使刘贵今在会上表示，刚刚闭幕的中非合作论坛取得了十分丰硕的成果，创造了许多个第一。他指出，其中提出的八大行动，是在约翰内斯堡峰会上提出来的十大合作基础上，根据执行情况和非洲国家的建议进行了调整、补充和强调。目前已经有一些便利化的举措和具体的项目落实，中非之间贸易便利化将为中国企业走向非洲提供更好的助力。

刘贵今表示，过去我国支持非洲工业化和农业现代化，如今我们应帮助非洲国家全面理解产业促进，学习中国经验，优先发展农业，带动工业发展。采取一系列具体举措帮助非洲员工提升技能，解决就业问题。

投资非洲，中资企业的机遇与风险并存。刘贵今强调，中国企业赴非投资需要克服政局不稳、非传

统安全、文化融合、基础设施落后等问题，希望中企通过与当地国家的友好合作，共同改善营商环境，更稳健地走向非洲。

中非泰达投资股份有限公司执行总经理张轶翔表示，以中埃、泰达苏伊士经贸合作区为代表的境外经贸合作区已经成为了“一带一路”的重要抓手和国际产业合作的重要平台。中非合作论坛北京峰会上提出的八大行动中，也提到今后要新建和升级一批境外合作区来加强中非合作，将境外合作区上升到一个新的发展阶段。

张轶翔认为，境外经贸合作区在高速推进的同时，也面临顶层管理机制缺失、高风险与不确定性、盈利模式不清晰、招商竞争白热化、海外融资难和高级人才匮乏等六个主要方面的困难与挑战。据目前统计，非洲已有近70多个园区建成，还有一些准备建设的园区，中国企业在非洲投资会有更多选择。而中埃、泰达苏伊士经贸合作区设计了

一些对于企业投资的把控制度，从磋商机制、人身、财产三方面对合作区进行个性化管理，为企业提供了最基础的安全保障，帮助企业规避了一些风险，值得其他境外合作区学习借鉴。

中国农业大学国际农产品贸易研究中心主任田志宏认为，中国支持非洲农业产业化发展，应在原有援助方式不变的情形下，鼓励中国企业去非洲进行农业投资。利用现有的农业合作基础，逐步促进非洲的农业产业化，助力让非洲的农民、产品更好地融入市场。

去年中国进口非洲产品占全部进口农产品的2.4%，这与中非农业合作规模、非洲产出情况不完全匹配，这一领域存在巨大的合作空间。田志宏建议，通过购买非洲优势农产品来促进当地农业发展，充分利用好当地的土地资源和人力资源。他举例称，近两年中国从埃塞俄比亚进口增加较快，通过双边交流找到好的产品来源，将贸易和投

资结合起来，既有利可图投资行为减少风险，同时也能农业援助找到更好的方向。

在中国社会科学院西亚非洲研究所首席研究员贺文萍看来，中国企业和非洲地区应根据当地需求和优势进行精准对接。尽管非洲地区基础设施落后，但一样可以发展电子商务，发挥后发优势，挖掘潜



力，实现弯道超车。

“非洲地区是被认为人类发展的最后一块热土，谁先去谁就可以占据这个市场。我国政府和非洲各国政府为中国企业赴非投资正努力创造条件，改善当地基础设施，保证电力供应，降低物流成本，提高生产效率，令我国企业如虎添翼。”贺文萍说。

企业动态

移动支付巨头 积极出海抢夺市场

据媒体报道，国庆黄金周，出境游占据旅游市场的半壁江山，而各大支付巨头也大打营销牌，折扣、免单、退税优惠，积极出海抢夺移动支付市场。

今年的十一假期，成为支付机构布局海外的激烈战场。银联表示在境外25个国家和地区近2万家商户推出专属优惠活动。除了刷卡消费打折外，还包含旅行预订优惠、移动支付优惠、随机立减等多种优惠形式。支付宝则宣称，已在超过40个国家接入数十万商户，在其中9个国家通过与本土品牌合作完成了本地化布局。微信支付重点升级退税通系列3大新功能，支持全球81个机场实时退税。

香港某商家表示，由于支付优惠较大，他们也乐意消费者采用移动支付来进行付款，“(消费者)优惠多，付款的时候非常快，很方便。”

据易观近日发布的《中国第三方支付行业专题分析2018》数据显示，移动支付的整体交易规模已经从2013年的1.3万亿元快速增长到2017年的超过109万亿元，行业整体增速连续4年超过100%。随境外游人群一起走出去的移动支付也有了更多向外延伸的机会，德勤中国首席经济学家许思涛说：“在互联网移动支付领域，我们肯定走在世界的前端，这也带来了未来更多的消费。”

有专家表示，中国游客超强的消费能力是境外场景方愿意接纳支付宝、微信、银联等国内支付工具的根本原因，但第三方支付后续渗透境外本地化场景可能会遭遇较大挑战，如何在换汇、报关、对账、物流等众多环节，匹配或改变境外用户使用习惯，是境内支付品牌未来布局更多海外移动支付场景的有效方式。

中日企业在印尼建合资公司 将共同生产锂电池原料

日媒称，日本阪和兴业日前发布消息称，将向生产锂电池原料镍和钴的合资公司出资。该公司将出资约20亿日元，获得8%的股份。新公司主要由全球最大的车载电池生产商宁德时代新能源科技(CATL)等中国企业出资。中国的纯电动汽车(EV)需求不断增长，锂电池的生产非常旺盛。阪和兴业力争在大型电池原料生产企业中构建立足点，从而扩大销售。

除了宁德时代外，开采镍矿石的青山集团和生产电池材料的格林美(GEM)等中国企业也将向新公司出资。新公司将设在镍矿和青山集团的工厂所在的印尼苏拉威西岛，将于2019年度投产，每年生产约5万吨镍和约4000吨钴。阪和兴业将负责采购矿石原料，还将向电池材料厂商等销售部分产品。

(本报综合报道)